新媒体背景下传统媒体新闻编辑的创新路径

摘　要：自移动网络步入人们的生活之后，新媒体受欢迎程度越发明显，传统媒体逐渐式微，尤其是以编辑报纸为主的报纸媒体，受众更是逐年减少。如今，曾经影响力最大的媒体已经逐渐从人们的视野中消失，仅有中老年人群体仍习惯于通过报纸了解信息。在新媒体背景下，传统媒体必须创新路径，改善报纸新闻编辑的方式，以此满足大众需求，提高传统新闻媒体在社会上的影响力。

关键词：新媒体；传统媒体；新闻编辑；创新路径

中图分类号：G222　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2018）03-012-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.03.002

文 / 施田心

前言

新媒体的盛行，传统的报纸新闻编辑已经难以满足人们对社会信息的需求。在新媒体的阻截下，报社想要提高受众，想要在新媒体时代下提高报纸销量，保障报社健康发展，创新报纸新闻编辑成为必然[1]。在编辑报纸内容时，打破传统编辑形式，提高报纸的新颖度，提高报纸媒体的优势，弥补报纸媒体的缺陷，提高报纸内容的吸引力与可收藏性，提高报纸受众群体。

1. 新媒体的优势

互联网发展至今，社会已经进入了大数据时代，信息产生速度与信息传播速度不断加快，便利了人们的生活，在其中，数据信息的流通逐渐发展为如今的新媒体[2]。大数据为新媒体提供了巨量资料支撑，提高了新媒体在社会上的地位。

新媒体与大数据紧密相关，为新媒体带来大量的信息，打破了传统新闻传播速度慢、实时性差等缺点。大数据是现今社会发展的主要特点，新媒体内的信息内容不仅有新闻发布人发布，还有广大群众分享的内容，为人们提供更丰富的新闻信息，人们的参与度提高，新媒体受欢迎程度也不断增长。新媒体与网络相连，新闻传播人可随时随地利用网络观看新闻或者发布新闻，种种优势，使社会进入新媒体时代[3]。在新媒体时代下，传统媒体逐渐式微，尤其是报纸这类需要金钱购买新闻的媒体形式。对此，为提高传统媒体的受欢迎程度，提高群众对报纸的购买力，新闻编辑应借鉴新媒体的优势，创新报纸编辑路径，提高报纸的吸引力。

2. 报纸媒体新闻编辑的概述

报纸是时事政治、大众舆论的重要载体之一，对于报纸来讲，新闻编辑是报纸版面、内容等的重要策划人，若没有新闻编辑，则新闻只是一则则新闻，而不会成为报纸。新闻编辑不仅要将记者采访到的内容进行整理，编辑成一则内容完整、叙事准确、语句通顺的文章，还要判断新闻的重要性与受欢迎程度等，以此决定新闻占据位置与版面大小等。总之，由报纸的材料制作到印刷出版，新闻编辑是其中最重要的部分[4]。对于报纸新闻编辑来讲，不仅要具备准确的判断力、较强的新闻敏感性，还要具备较高的政治素养，以此保障报纸内容的代表性与受欢迎程度，提高报纸内容的正能量。总之，做好新闻编辑工作，能够有效保障报纸的受欢迎程度。

3. 报纸新闻编辑中存在的主要问题

社会进入二十一世纪之后，新媒体逐渐代替传统媒体成为主流，新旧更迭，传统媒体逐渐淡出人们的视线，尤其是报纸这类在传统媒体行业屹立多年的媒体，在面对新媒体的冲击下，也逐渐式微，读者大量流失，危机悄然来临。在报纸新闻编辑中，主要存在以下问题：

3.1 报纸自身存在的劣势

其一，报纸需要公众出钱购买，而新媒体却不需要；其二，报纸印刷效果差，广告图画质量差，广告效果受到影响，报社很难拿到大笔广告收益，影响了报社发展；其三，报纸报道内容强调时效性，以介绍事件为主，缺乏深度，很难吸引人反复阅读，若报纸积压过多，会使报社遭受较大损失。种种问题，购买并阅读报纸的群众越来越少。为此，要创新报纸编辑的思路，提高报纸的可读性，提高报纸的广告效率，推动报社向前发展[5]。

3.2 报纸缺乏新闻实效性

新闻，字面意思为新的消息，其对实效性要求较高，而报纸是传播新闻的重要媒介，若新闻缺乏实效性，则意味着报纸缺乏吸引力。在互联网未兴起之前，信息传播速度慢，而报纸中播报的事件却是发生在最近的事件，实效性较强，吸引力较高。互联网全面普及之后，互联网上的信息随时随地更新，与之相比，报纸内的新闻缺乏实效性，当观众花费一定成本购买报纸，却发现报纸